

UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACION
Y DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA

Licenciatura en Publicidad

CATEDRA

Seminario de Investigación



TITULAR

Prof. Juan Bautista González Saborido

ALUMNO
Sebastián Cubero

TEMA

“La filantropía empresarial”

FECHA

Julio de 2000

A)Agradecimientos	4
B) Introducción	5
b.1: Mercadotecnia relacionada a las causas sociales	13
C) Desarrollo	
Capitulo 1:	
1.1 Las empresas	16
1.2 Responsabilidad social: La mejor manera de hacer negocios.	21
1.3 ¿Cómo invertir socialmente de la manera más efectiva?	24
1.4 Los filántropos en Argentina.	29
Capitulo 2:	
2.1 Las organizaciones no gubernamentales.	31
2.2 Estrategias de recaudación de fondos de las O.N.Gs.	35
2.3 Casos de O.N.Gs Argentinas	38
Capitulo 3:	

3.1 El Estado Nacional	54
3.2 El Estado Nacional y sus relaciones con las O.N.G.s	62
3.3 El Estado Nacional contra las O.N.G.s.	74
3.4 La coordinación que hace falta.	77
D) Conclusión	80
Bibliografía	84



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

AGRADECIMIENTOS

Agradezco profundamente a mis padres por haberme dado la posibilidad de estudiar en esta casa de Altos Estudios.

Por darme la posibilidad siempre de dejarme elegir el camino.

A toda mi familia por apoyarme siempre.

A Gachi, por enseñarte a ver siempre las dos caras de las cosas y por apoyarme en todo.

A Mari, por tantos meses de compañía y por su inmenso amor.

A Marilu, por ser excelente suegra y segunda madre.

A la abuela Luisa por tantas velas gastadas en mi estudio y por quererme como a un nieto.

A los excelentes profesores que he tenido en esta facultad y a aquellos que no siendo tan buenos han puesto todo lo que tenían para mi formación profesional.

También agradezco a todas aquellas personas que hicieron lo imposible para que esto no tuviera un final feliz porque gracias a ellos tuve mas fuerzas para buscar mi camino...

INTRODUCCIÓN

El objeto de este trabajo es tratar de aportar un análisis profundo para entender el tema de la “filantropía empresarial” y la importancia que tiene para el desarrollo de las sociedades.

La palabra filantropía proviene del griego philanthropia cuyo significado es: cualidad de philanthropo. Si nos remitimos a dicho término el diccionario especifica: Persona que ama al genero humano, especialmente, el que emplea actividad, capital, etc., en beneficio de los demás.

Por lógica deducción la filantropía empresarial sería la filantropía aplicada por las empresas.

El problema que se va a abordar es la falta de coordinación existente entre el Estado Nacional, las empresas, y las organizaciones no gubernamentales, para la solución de los problemas sociales.

Para el autor, estos tres sectores de la sociedad, la mayoría de las veces actúan como fuerzas enfrentadas, luchando entre ellas, y por lo tanto malgastando su tiempo (y su dinero) en inútiles peleas de escritorio, cuando la solución a los problemas sociales, se encuentra, en la unión de estos sectores y no es su separación.

A esta altura mucha gente dirá ¿Y cual es el papel de las empresas en todo esto?.

Y sería una buena pregunta, ya que el Estado debería encargarse de luchar contra los problemas sociales, pero al ir estos en aumento (los problemas sociales), se produce la creación de las O.N.G.s (Organizaciones no gubernamentales) para ayudar al Estado en la resolución de la problemática social. El rol de las empresas, sería el de aportar parte del capital que muchas veces necesitan las O.N.G.s para llevar adelante sus acciones.

Para hacerlo, las empresas deben acudir a la filantropía empresarial, porque a través de ella, (y según la hipótesis de este trabajo) las empresas fortalecen su imagen corporativa.

Poco a poco el empresariado local ha ido comprendiendo y asimilando el significado de estas ideas “importadas”, cuya mera enunciación era usualmente identificada con gastos irre recuperables, donaciones limosneras y una nula incidencia en la ganancia de la empresa.

La moderna postura engendra en sí misma una actitud de apertura y dialogo hacia la sociedad civil; al mismo tiempo, la empresa descubre que esta relación bien llevada es potencial fuente de diversos beneficios y réditos para alcanzar sus propios objetivos.

El nivel de desarrollo de la filantropía en países como los Estados Unidos, Alemania, Inglaterra o Suecia es muy alto.

En la Argentina, esta actividad es mucho más reciente, pero existen indicadores que denuncian su crecimiento. ¿Por qué? Porque muchas empresas advirtieron la necesidad de participar con un mayor compromiso en el desarrollo de

acciones comunitarias, combinando acciones filantrópicas con estrategias comerciales.

Para entender la filantropía tenemos que saber que juega su papel mas importante dentro de lo que se denomina Tercer Sector.

En años recientes hemos presenciado el surgimiento de un interés en todo el mundo, en el amplio rango de instituciones sociales que operan fuera de los confines del mercado y del Estado. El sector conocido en forma variada como el “sin fines de lucro”, el “voluntario”, el “de la sociedad civil”, el “tercer”, o el “independiente”, agrupa, entre otras, a una gran variedad de instituciones: universidades, clubes sociales, organizaciones de profesionales, centros de día, grupos ambientalistas, clubes deportivos y organizaciones de derechos humanos.

Sin embargo, a pesar de la diversidad de instituciones, existen algunos rasgos compartidos por todas ellas y que es importante destacar para poder entender como instituciones tan diversas pueden realizar la misma tarea.

En particular:

- **Son organizaciones:** Tienen una presencia y una estructura institucional.
- **Son privadas:** Están institucionalmente separadas del Estado.
- **No distribuyen ganancias:** No devuelven ganancias a sus inversionistas.
- **Son autónomas:** Están en control de sus propios asuntos.
- **Son voluntarias:** Su pertenencia no es requerida legalmente.

El Tercer Sector o sector social es la octava economía del mundo: Mueve más 1 billón de dólares, y emplea a casi 19 millones de personas. Así lo indican los resultados preliminares de la segunda fase del Proyecto Comparativo del Sector Sin Fines de Lucro que lleva adelante el Instituto de Estudios Políticos de la Universidad Johns Hopkins, en 22 países de cuatro continentes y en la que trabajaron mas de 150 investigadores. Para recabar la información del sector social argentino presente en este estudio se recurrió al Centro de Estudios Legales y Sociales (CEDES).

Aun excluyendo las congregaciones religiosas, el Tercer Sector es un gigante que mueve 1,1 billón de dólares, cifra que representa el 4,7 por ciento del Producto Bruto Interno (PBI) de los países desarrollados.

Por otra parte, si se lo compara con las economías nacionales más importantes del mundo ocuparía el octavo lugar, superando a países de la talla de Brasil, Rusia, Canadá y España. El 47 por ciento de sus ingresos proviene de la venta de servicios y la operatoria misma de las organizaciones y, contrariamente a lo que se cree, por lo menos en este lado del mapa, el sector publico es uno de sus principales proveedores de fondos, con el 42 por ciento. El 11 por ciento restante llega a través de donaciones y filantropía.

En nuestro país el Tercer Sector tiene una participación del 3 por ciento del PBI, lo que equivale en valores del año 1995 a \$8635 millones. En materia de empleo, el sector social argentino aglutina al 3 por ciento del empleo en general, con 300 mil empleados rentados.